

KÜLTÜRÜN FUTBOL TARAFTARLARININ DAVRANIŞINA ETKİSİ; İSKOÇYA - TÜRKİYE KARŞILAŞTIRMA ÖRNEĞİ

THE CULTURAL IMPACT ON FOOTBALL FANS: COMPARISON OF SCOTLAND AND TURKEY

Mehmet BAŞ¹ – Selin GÖRAL²

Geliş Tarihi: 06.04.2018

Kabul Tarihi: 27.04.2018

Özet

Kültür bir grup insanın ortak değerlerini yansıtmakta ve yasayış tarzlarını, davranış şekillerini, inanışlarını etkilemektedir. Futbol ise ulusal ve uluslararası seviyede gerçekleştirilen spor karşılaşmalarının en popüler olanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu popüleritesinden dolayı futbol karşılaşmaları çoğu zaman yalnızca spor karşılaşması olarak kalmamakta farklı kültürlerin, inanışların, toplulukların, değerlerin karşılaşması olmaktadır. Bireyler bir araya gelerek destekledikleri takıma yoğun bağlılıklarıyla bilinen taraftar gruplarını oluşturmaktadır. Taraftarların bir araya gelerek oluşturdukları bu gruplar ulusal veya uluslararası olarak çeşitli faaliyetler yürütmekte, organizasyonlara katılmakta, protestolarda bulunmakta, hatta bu gruplar kendi kültürel yapılarını oluşturabilmektedir. Taraftarların bu davranışları gerçekleştirirken etkilendikleri faktörlerin belirlenmesi taraftarların davranış şekillerini anlamamıza yardımcı olacaktır. Bu makalede, insan davranışları üzerinde büyük bir etkisi bulunan kültürel yapının futbol taraftarlarının davranış şekilleri üzerindeki etkisi incelenmektedir. Farklı kültürel yapıya sahip futbol taraftarlarının benzer durumlarda sergilediği davranış şekillerinin karşılaştırılması yapılarak davranışların analizi gerçekleştirilmiştir. Araştırmada İskoçya ve Türkiye’den taraftarların davranışları karşılaştırılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kültür, Futbol, Futbol Endüstrisi, Taraftarlar, Holiganlık, Küreselleşme, Milliyet

Abstract

The Cultural Impact On Football Fans: Comparison of Scotland and Turkey

Culture, reflects the common values of a group of people and effects their life style, manners, beliefs. Also we can say that football is one of the most popular sports in the world are at national and international level. Due to this popularity, football matches stands out as not only being a sporting event but also encounter of different cultures, beliefs, communities and values. Fans come together to form groups of supporters whose known for their intense loyalty for their team. This group of supporters can operate various activities, organize diverse movements or protests, can be part of multiple events and they can

¹ Gazi Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, mbas@gazi.edu.tr

² Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Öğrencisi, slnglr1302@gmail.com

even compose their own cultural structure. Determining the factors that fans are affected when performing their behaviors will help to understand the acts of the fans. In this study, the affect of the cultural structure, which has a great influence on human behavior, on the behaviors of football fans is being investigated. Behavior analysis was carried out by comparing the behavior patterns of football fans with different cultural structures in similar situations. Football is one of the most popular sports in the world and therefore football matches stands out as not only being a sporting event but also encounter of different cultures. In this study we compared the behavior of supporters from Scotland and Turkey.

Key Words: *Culture, Football, Football Industry, Soccer, Supporters, Hooliganism, Globalization, Nationality*

GİRİŞ

Kültür bir grup insanın ortak değerlerini yansıtmakta ve yasayış tarzlarını, davranış şekillerini, inanışlarını etkilemektedir. Futbol ise ulusal ve uluslararası seviyede gerçekleştirilen spor karşılaşmalarının en popüler olanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu popüleritesinden dolayı futbol karşılaşmaları çoğu zaman yalnızca spor karşılaşması olarak kalmamakta farklı kültürlerin, inanışların, toplulukların, değerlerin karşılaşması olarak karşımıza çıkmaktadır. Futbol Simon Kuper'in de söylediği gibi asla sadece futbol değildir (Kuper, 2006).

Futbol taraftarları bir araya gelerek destekledikleri takıma yoğun bağlılıklarıyla bilinen taraftar grupları oluşturmaktadır. Taraftarların bir araya gelerek oluşturdukları bu gruplar ulusal ya da uluslararası olarak çeşitli faaliyetler yürütmekte, organizasyonlara katılmakta, protestolarda bulunmakta, hatta bu gruplar kendi kültürel yapılarını oluşturabilmektedir. Taraftarların bu davranışları gerçekleştirirken etkilendikleri faktörlerin belirlenmesi taraftarların davranış şekillerini anlamamıza yardımcı olacaktır.

Globalleşme günümüzde evrenselleşmiş bir temadır ve 1980'lerin ortalarından beri geniş kapsamlı "küresel çalışmalar" alanı çeşitlilik kazanmış, disiplinlerarası ve uluslararası akademisyenler ağı ortaya çıkarmıştır. Hatta diğer disiplinlerarası alanlarda olduğu gibi "küresel çalışmalar" da din gibi kültürel formların incelenmesinde spor odaklı çalışmalardan yoksun olduğu görülmüştür. Ancak spor uluslararası değişimde gösterdiği harekete geçirme ve ölçü olma rolleri ile küresel çalışmalarda giderek daha önemli bir konu haline gelmiştir (Giulianotti & Robertson, 2007a). Spor tarihçileri, sporun ve küresel süreçlerin bağlantılı olduğunu göstermişlerdir. Sporun globalleşmesi, "oyun devrimi" ile İngiliz İmparatorluğu'nun kolonilerinin sömürgelere yayılması (Asya ve Avustralya'da kriket oyunu), globalleşen oyun olan futbolun sömürgelerle, ticaret ve eğitim yoluyla kitlesel yayılımı (Avrupa ve Güney Amerika'da) ve ayrıca özel yerli sporların yükselen modern toplumlardaki ulusal geleneklerin yaratıcılığının bir parçası olarak işlenmesi (Beysbol, Amerikan futbolu) sonucu 1870'lerden başlayarak ilerlemiştir (Guttman 1995; Mangan 1987 aktaran Giulianotti and Robertson, 2007a). Bu makalede dünyadaki farklı kültürlerin futbol taraftarının davranış şekline etkisi kadar futbolun da kültür üzerindeki etkisinin açıklanması amaçlanmıştır.

FUTBOLUN GLOBALLEŞMESİ

Futbol en basit haliyle; on birer oyuncudan oluşan iki takım arasında küresel bir topla oynanan takım sporudur. Zamanla gelişme gösteren futbolun izleri milyonlarca yıl öncesinde Çin, Japonya, Antik Yunanistan'da oynanan benzeri oyunlarda görülmektedir (Fifa, 2014). Uzun yıllar yoğun yasak ve cezalara rağmen kuralları ve standartları olmadan, amaçsızca topun peşinde koşan kitlelerin aktivitesi olan futbol 19. yüzyılın ikinci arısından itibaren, Eton, Westminster, Harrow, Shrewsbury, Winchester ve Charterhouse gibi önde gelen İngiliz okullarının takımlar kurarak organize bir şekilde birbirlerine karşı oynama isteklerinin ortaya çıkışıyla birlikte evrim geçirerek kuralları tanımlanan bir oyun haline bürünmeye başlamıştır. Her okulun kendine has olarak oluşturmuş olduğu kurallar mevcuttur ancak birleştirici bir olgunun mevcut olmaması takımlar arasındaki maçlarda kaos ortamının oluşmasına neden olmuştur. Bu durumu değiştirmek isteyen futbol takımı olan okulların temsilcileri Cambridge Üniversitesi'nde 1848'de bir araya gelerek adına "Cambridge Kuralları" denilen futbolun ilk kuralları üzerinde anlaşmaya varmışlardır.

On dokuzuncu yüzyılın ortalarında İngiltere'de soylular ve seçkin kişilerce yönlendirilen futbol, kupa için yarışmaya ve daha da önemlisi ülke çapında büyük bir heyecanla takip edilen düzenli lig karşılaşmalarına dönüşmüştür. İngiltere'ye gelerek bu oyundan etkilenen turistler ve İngiltere'den çeşitli ülkelere seyahat eden askerler, denizciler, misyonerler, mühendisler, işçiler gibi çeşitli İngiliz vatandaşları futbolun tüm dünyaya yayılmasına yardım etmiştir (Dabscheck, 2015).

Demir yollarının da gelişimiyle İngiltere'de ilerleme kaydeden futbol yıllar içinde belirli kurallar çerçevesinde oynanmaya başlanmıştır. Okullar ve kulüpler tarafından belirlenen kurallardan yola çıkılarak oluşturulan modern futbolun kurallarının ana bir çatı altında toplanabilmesi adına ilk futbol federasyonu olan "Football Association-FA" kurulmuştur. Futbol yine demiryollarının etkisiyle tüm Avrupa'yı ve İngiliz kolonilerinin bulunduğu Amerika kıtasındaki demiryollarının yardımıyla Brezilya ve Arjantin'den sonra tüm dünyayı etkisi altına almaya başlamıştır. Tüm dünyayı etkileyen bu yayılımın sonucunda uluslararası müsabakalar gerçekleşmeye başlamıştır. Devamında da 21 Mayıs 1904'te Fransız Futbol Federasyonu'nun Paris'teki merkezinde "International Federation of Association Football-Uluslararası Futbol Federasyonu (FIFA)" kurulmuştur. İlk olarak 7 ülke ile kurulan bu federasyon 1. Dünya savaşı sonrasında 36 üye ülkeye ulaşmıştır.

Futbolun kitlelere yayılarak yoğun ilgiyle takip edilmesi sonrasında oyun yavaş yavaş kendi endüstrisini de yaratmıştır. Transfer edilen profesyonel futbolcular, parayla seyredilen futbol maçları gibi ekonomik güç gerektiren yapılanmalardan sonra, İngilizler 1920'de lig maçlarını

tahmin ederek bahse girmek üzerine kurulmuş ilk spor toto uygulamasını Birmingham'da başlatmıştır (İkiz, 2010a).

Hızla yayılan futbol kültürü ile 4 yılda bir yapılan uluslararası turnuvalarla yetinemeyen Avrupa her yıl düzenlenmek üzere Union of European Football Associations'ı (UEFA-Avrupa Futbol Federasyonları Birliği), FIFA'nın 6 kıta organizasyonundan biri olarak kurmuştur ve günümüzde 211 ülke kuruluşunun üye olduğu bu dev organizasyon, Avrupa'da tüm kulüp takımları ve milli takımların aralarındaki maçları, Şampiyonlar Ligi, UEFA Kupası, Avrupa Şampiyonası, Süper Kupa, Avrupa-Güney Amerika Kupası, Intertoto Kupası ve UEFA Kadınlar Kupası gibi uluslararası turnuvalar düzenlemekten sorumlu olarak büyük bir maddi güce kavuşmuştur.

Yıllar içerisinde yüksek izleyici sayısı ile televizyonların özellikle Avrupalı evlerde yaygınlaşmasını sağlayan Avrupa Şampiyon Kulüpler Kupası, naklen yayın gelirlerinin inanılmaz boyuttaki artışıyla futbolun büyük bir endüstri haline gelmesine zemin oluşturmuştur. İlk dönemlerinde turnuvanın doruğa çıktığı an 1960 yılında Glasgow'da oynanan finalde, Real Madrid'in Eintracht Frankfurt'u 7-3'lük skorla yendiği maç olmuştur ve maçı BBC naklen yayımlamıştır. Dünyanın bu en önemli ve prestijli turnuvasındaki ana değişim noktası 1992/93 sezonunda yaşanmıştır ve bu tarihe kadar eleme usulüyle oynanan kupanın ismi "Şampiyonlar Ligi" olarak değiştirilmiştir. Şampiyonlar Ligi birkaç yıl içerisinde 8 takımdan 32 takıma çıkmıştır ve gerçek bir Avrupa Ligi haline gelerek hem salı hem de çarşamba akşamları oynanmaya başlanarak izleyici sayısını arttırmıştır.

Başta İngiltere olmak üzere Avrupa'da 1980'lerin başından itibaren kulüplerin yeni stadyumlar inşa ederek gelirlerini artırma isteğiyle başlayan ve sonrasında ortaya çıkan reklam, sponsorluk gelirleri ile bunların etkisiyle artış gösteren logolu ürün (merchandising) gelirleri ve özellikle özel televizyon kanalları arasında yaşanan yoğun rekabetin bir sonucu olarak önemli artışlar yaşanan yüksek yayın hakları gelirlerinin de katkısıyla baş döndürücü bir hızla futbol büyük bir endüstri olarak yeniden yapılanmıştır. Yeni ekonominin hızla değişen dinamikleri, taraftar/müşteri sayıları milyonlarla ölçülen futbol kulüplerinin, hızla ekonomik bir örgüt olarak organize olmalarına neden olmuştur. Yeni stadyumlarını inşa ederek geleneksel gelirlerini artırmak, bununla birlikte 1980'lerin başında ortaya çıkan merchandising, sponsorluk, reklam ile 1990'lar sonrasında önem kazanan medya ve yayın gelirleri gibi yeni gelirleri ortaya koyarak, Şampiyonlar Ligi, UEFA Kupası vb. uluslararası turnuvalarda başarılı olmaları zorunluluğu, futbol kulüplerini baş döndürücü bir hızda şirketleşme sürecinin içerisine sokarak, kuruluşlarından bu yana devam etmiş olan sadece sportif bir organizasyon olmalarını misyonunu, satışları devasa büyüklüklere ulaşan pazarlamanın ön planda olduğu ve profesyoneller tarafından yönetilen ekonomik, kurumsal organizasyonlara dönüştürmüştür (İkiz, 2010b).

Dünyadaki her şey doğar, büyür ve ölür. Futbol da dünyanın çeşitli bölgelerinde doğmuş ve futbol endüstrisi olarak büyümeye devam etmiştir. Dünyayı etkisi altına alan futbol heyecanının ise uzun süre boyunca ölmeden devam edeceğini söylemek mümkündür. Futbol, her şeyden önce çok sevilen bir olgudur. Bu kelimenin olur olmaz kullanımları gibi değil, gerçekten de bir olgu: Bir

spor, bir oyun, bir ortam, bir iletişim ve sosyalleşme mecrası. Kapsamlılığı, birçok cephesi olması, ona olan sevginin hem boyutlarını büyütür hem biçimlerini çoğaltır (Tepeköylü, 2016:381). Takımların ya şirketler ya da zengin iş adamları tarafından ele geçirildiği ve başka türlü bir biçimin de imkânsızlaştığı günümüzde futbolun 'masumiyet' çağının bittiğini daha net biçimde görmemiz mümkündür (Arık, 2004 aktaran Aydın, Hatipoğlu & Ceyhan, 2008). Futbol bir oyun olmaktan çok bir endüstri halini almıştır ve modern futbol ya da endüstriyel futbol olarak gelişimine devam etmektedir.

FUTBOL ENDÜSTRİSİ

Futbol yalnızca eğlenmek için oynanılan bir oyun olarak doğmuş ve kitlelerin ilgisiyle serüvenine büyüyerek devam etmiştir. Bu ilginin giderek artmasıyla futbolu yalnızca bir oyun olmaktan çıkarmıştır. Yan sektörleriyle beraber düşünüldüğünde futbolun büyüyen ekonomisi endüstriyel futbol kavramını ortaya çıkarmıştır. Endüstriyel futbolla günümüzde farklı kesimler ilgilenmektedir. Futbol kulüpleri, federasyonlar, yayıncı kuruluşlar, tüketiciler/ taraftarlar bunların birkaçıdır.

Futbol kulüplerinin markalaşarak, halka açılarak, statlar inşa ederek, sponsorluklar, reklamlar, bilet satışları, futbolcu ve teknik adam transferleri ve menajerlerinin kazançları gibi çeşitli şekillerde birçok geliriyle günümüzde para akışının yüksek olduğu sektörlerden biri haline gelmiştir. Spora dair açılan televizyon kanallarının yanında takımlar kendilerine ait spor kanalları açmaya başlamıştır. Futbol kulüpleri ve federasyonlar elektronikleşerek, online sistemlerle birlikte e-kulüp veya e-federasyon haline dönüşmeye, mobile uyum sağlamaya başlamıştır. Günümüzde futbol kurumlarının insan kaynakları, sporcuları, taraftarları ve üyelerinin bilgileri veri tabanlarına aktararak depolanmakta, yönetilmekte ve kullanılmaktadır. Futbol kulüplerine ait işlemler internet ortamında yapılabilmekte, borsa, finansal uygulamalar, elektronik biletler gibi birçok bilgiye internette ulaşılabilir. Ayrıca futbol çeşitli platformlarda oynanan, menajerlik, strateji, e-futbol oyunları ve organizasyonları, şans oyunları, bahis siteleri ile gün geçtikçe daha büyük bir sektör haline dönüşmektedir. Profesyonel futbol kulüpleri şirketlere dönüşmüş ve kapitalist bir yapı haline gelerek fayda maksimizasyonu yerine kâr maksimizasyonu üzerinde yoğunlaşmaya başlamıştır (Andrews & Ritzer, 2007 aktaran Szerovay, Itkonen & Vehmas, 2017).

KÜLTÜR VE FUTBOL

Sözlükte toplumların kendilerine özgü olan ve gelecek nesillere aktardıkları maddi ve manevi her şey olarak tanımlanan kültür bir anlamda toplumsal mirastır. Latince "cultura" kelimesinden gelmektedir. İnşa etmek, işlemek, süslemek, bakmak anlamlarına gelmektedir. Her kültürün kendine özgü yaşayış biçimi, inanışları, kuralları bulunmaktadır. Globalleşme ile kültürlerin birbirleriyle etkileşimi artmaya başlamıştır. Globalleşme aşamasında önemli bir rol oynayan futbol ise kültürlerin etkileşimini sağlayan en büyük etkidir. Modern futbolun İngiltere'den başlayarak dünyanın dört bir yanına yayılması, farklı kültürlerin futbol maçlarında buluşmasına

neden olmuştur. Ülkeler kendi kültürlerine özgü gelenekleri futbol karşılaşmalarında sergileyerek dünya futbolunu zenginleştirmişlerdir. Örneğin, Meksikalılar daha sonra her türlü spor karşılaşmasında olmazsa olmaz hale gelen meksika dalgasını dünyaya futbol ile tanıtmışlardır. Güney Afrika vuvuzela ile 2010 FIFA Dünya Kupasında kendine unutulmaz bir yer edinmiştir (Ludwig, 2015). Yeni Zelanda her karşılaşma öncesinde gelenekleri olan haka dansını yapmaktadır. Etkileşimler arttıkça globalleşme giderek glocalleşmeye dönüşmüştür. Futbol gittiği her yerde yerel kültürle ve geleneklerle bütünleşmiştir. Futbolun yerel kültüre adapte olma gücü her ulusun kendi geleneğiyle bağlanmasını sağlamıştır. Futbol izleyiciler için birçok anlam ifade edebilmektedir. Taraftarlar için hayatlarında olmazsa olmaz bir olguya dönüşmüşken bazı seyirciler için zaman geçirme aracı olabilmektedir. Tribünlerde deşarj olan, stres atan insanlar verimli vakit geçirdiklerini düşünmektedir. İzleyicilerine mantıklı çözümler önermemektedir ancak hayatı dengeleme umudu ve sahada yaşanan büyüleyici anların hayata taşmasını sağlamaktadır. Bu şekliyle futbol günlük yaşantıya heyecan ve mutluluk katmaktadır (Daiber, 1990 aktaran Ludwig, 2015).

Her farklı dil, din, ırk, kültür futbola kendisinden parçalar katmakta bu da futbolu güzelleştirmektedir. Ancak sayılanların futbolu etkilemesinin yanında futbol da hayatı etkilemektedir. Buna örnek olarak Maradona Kilisesi 1998’de kurulmuştur. Kilisenin sembolü olan “D10S” İspanyolca Tanrı anlamına gelmekte olan “Dios” ve Maradona’nın forma numarasının “10” birleştirilmesi ile oluşturulmuştur. Kilisenin uyulması gereken yükümlülükleri de bulunmaktadır. Bunlar futbolu her şeyin üstünde sevmek, Arjantin renklerini savunmak ve Diego adını tek bir kulüp adı altında kullanmamaktır. Kilise her seremoni esnasında söylenen bir ilahi de oluşturmuştur. Kilise Maradona’nın doğum gününde “Maradona Christmas” ve Arjantin milli takımının dünya kupası çeyrek finalinde Maradonan’ın İngiltere’ye karşı “Tanrının Eli” olarak adlandırılan golü attığı “Maradona Ester” olarak yılda iki defa toplanmaktadır (Church of Maradona, 2014). Dünyanın her tarafında din haline gelmemiş olsa da taraftarların benzer davranışlar sergilediğini görmek mümkündür. Takımların statları, müzeleri ibadethane görevi görebilmektedir. Futbolcular ve taraftarlar karşılaşmalar öncesinde ya da karşılaşma sırasında yerine getirdikleri batıl inançlar geliştirebilmektedir. Karşılaşmaları izlerken de futbolcuların inanışlarına göre çeşitli davranışları yerine getirdiklerini görmemiz ya da yaşadıkları sevinçler sonrasında gelenekleşen tepkiler verdiğini görmemiz mümkündür.

Futbolun dünyanın birçok yerinde bu kadar popüler olması bu sporun ulusal duyguları harekete geçiren bir alan olmasına da neden olmaktadır. Sporun kendisi yalnızca bir araçtır, agnostiktir ancak çeşitli nedenlerle manipüle edilebilmektedir. Buna 1872’de İngiltere ve İskoçya arasında oynanan ilk uluslararası oyunun, Birleşik Krallık’taki çağdaş milliyetçi tartışmada süren siyasi etkisi örnek olarak verilebilmektedir. Her iki takım da aynı ülkeye ait olduğu için İngilizler ve İskoçlar arasındaki ayrım çoğunlukla futbol maçları gibi iki alt ulusun farklı olarak değerlendirildiği olaylarda ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla futbol 140 yıldan uzun bir süredir çeşitli şekillerde milliyetçilik konusunu etkilemektedir. Dünyada turnuvalarla karşı karşıya gelen ülkeler arasında en önemli ayrımcılık milliyetçilik alanında yaşanmaktadır. Etnik milliyetçilik

alanındaki ayrımcılığı inceleyen Duerr (2017) dünyadaki çeşitli kulüplerin nerede ve nasıl etnik kimliklerini koruduğunu göstermek adına beş ana kategori oluşturmuştur;

Kategori 1 - Askeri Bağlantılar: Dünyanın belirli bölgelerinde birçok futbol kulübünün, ülkenin askeri güçleriyle açık bir bağlantısı bulunmaktadır. Bunlardan en bilinenleri Latin Amerika'da bulunan "Nacional" kulüpleridir. "Nacional" ismi takımın İngilizler tarafından ya da diğer yabancılar tarafından değil kendi yerlileri tarafından kurulduğu anlamına gelmektedir. Ancak çoğu durumda takım ile askeriye arasında bağ bulunduğunun göstergesidir. Mısır'da, 'Mısır Premier League'in 16 takımının yaklaşık yarısı, askere, polise, bakanlıklara veya taşra yetkililerine ait bulunmaktadır. Etnik milliyetçilik, askere bağlı futbol takımları vasıtasıyla devam edebilmektedir. Bir ordu bir bölgeye ve bölgenin insanlarına savunma sağladığı için bu örnek iki taraflı bir kılıç olarak nitelendirilebilir, vatandaşlık etnik kökene (bir anayasa değil) dayanıyorsa, o zaman bu durum yabancı düşmanlığı, dışlayıcılık, ayrımcılık ve muhtemelen şiddete yol açabilecektir. Ekvatorlu bir ekip olan Club Deportivo El Nacional, kısmen Ekvator hava kuvvetlerine bağlı bir takımdır. Tarihinde yalnızca hava kuvveti üyelerini oynatmıştır ancak bu durum değişmiş ve kulüp Ekvator'dan oyuncularını da oynatmaya başlamıştır.

Kategori 2 – Etnik Milliyetçilik: Bu grup etnik milliyetçiliği pazarlayan kulüpleri içermektedir. Örneğin Chivas takımı Latin kökenli oyuncular seçerek Meksika-Amerikalı seyircileri taraftar olarak toplamaya çalışmıştır.

Kategori 3 – Mezhep Farklılığı: Etnik milliyetçilik, mezhep ayrımında genellikle iki terim arasındaki çizgiler çakıştığı için büyük rol oynamaktadır. Topluluktaki rakip kimlik biçimleri birbirlerine karşı oynamakta ve futbol yoluyla harekete geçirilmektedir. İskoçya, Kuzey İrlanda, İsrail ve Lübnan'da bulunan takımlar gibi dünyanın başka yerlerinde benzer türdeki toplumların takımları da bu kategoriye de uymaktadır. İskoçya Glasgow'da bulunan Celtic ve Rangers, Edinburg'da bulunan Hearts ve Hibernian takımları Protestanlık ve Katoliklik ayrımını içermektedir. İsrail'de ise Beitar Jerusalem takımının hiç Arap oyuncu oynatmaması örnek olarak gösterilmektedir. Periyodik olarak bazı Müslüman oyuncular Beitar Jerusalem için oynamış olsalar da bu durum çok nadir gerçekleşmiş ve genellikle kısa sürmüştür.

Kategori 4 – Etnik Azınlığın Korunması: Dünyadaki birçok toplumda azınlık hakları konusu oldukça önemli görülmektedir. Bazı bölgelerde, azınlığı seferber etmek ve bu küçük grubu koruma arzusu bulunmaktadır. Bu durumun en belirgin örneği Athletic Bilbao takımınıdır. Etnik ayrım politikası, 1919'da kulübün kuruluşundan bu yana Athletic Bilbao'da gerçekleştirilmiştir. Takımın oyuncuları İspanyol İç Savaşı'nda Francisco Franco'nun (1975 yılındaki ölümüne kadar İspanya'yı Yönetmiştir.) faşist rejimine karşı savaşmak için anlaşma imzalamıştır. İlginçtir ki, ekip, etnik grubun sınırları göz önüne alındığında, İspanya'nın kuzeyindeki ve güneydeki küçük bir kesimi kapsayan herhangi bir Bask oyuncusu kabul etmektedir. Bask bölgesinin İspanya'dan kültürel anlamda

önemli farklılıkları bulunmaktadır; hatta İspanya'nın 1978 Anayasası, Bask bölgesini ülkedeki üç özel topluluktan biri olarak görmektedir. Takımın adı olan Athletic bile İspanyolca değil, İngilizce dilinde seçilerek belirli bir kültürel kimliği sürdürme fikrini gerçekleştirmektedir. Francisco Franco takımın adını siyasi bir mesele olarak görmüş ve İspanyol kimliği üzerine kurulu bir ülke yaratma niyetine uygun olarak takımın adını Atletico Bilbao'ya değiştirmiştir. 1919 yılından bu yana, Atletico Bilbao'nun Yönetim Kurulu, sadece Bask oyuncularını oynama konusunda sıkı bir politika izlemiştir. Bu oyuncular Fransa ve İspanya'dan gelebilirler ancak hepsi Bask etnik kökenli olmalıdır. Atletik Bilbao, uzun süredir devam etmekte olan politikanın bir sonucu olarak etnik milliyetçilik politikasını korumuş ve Bask etnik kökenli oyunculara destek vermiştir.

Kategori 5 – Genç Altyapı: Dünyanın dört bir yanındaki birçok ülkenin takımı için, dünya oyunlarında yerleşik favorilerle rekabet etmek zordur. Brezilya, Almanya ve İtalya gibi büyük, deneyimli ülkeler, istatistiksel olarak, futbol oyunlarını kazanmada avantajlara sahiptir. Deportivo Saprissa yalnızca Kosta Rikalı futbolcularla anlaşılan Kosta Rika'nın en iyi takımlarından birisidir. Bu uygulama uzun zaman önce değişti, ancak sadece Kosta Rikalı oyuncuları işe alma takım geleneğinin uzun süre devam eden tahrihsel pratiği olmuştur. Bunun temel nedeni takımın genç altyapısını oluşturmaktır. Altyapı oluşturuldu ve böylece ilk takımın gençlik altyapısından yükselen Kosta Rikalı oyuncular tarafından doldurulması doğal karşılanmıştır. Bununla birlikte özellikle son yıllarda bu politika oyuncuların birkaç farklı ülkeden alınmasıyla değişmiştir. Bugünlerde, Deportivo Saprissa, takım seçiminde daha sivil bir ulusal kimlik formunu benimsemiş ve diğer ülkelerden de oyuncu almıştır.

Milliyetçiliğin ön plana çıktığı bir turnuva olan FIFA Dünya Kupasında seyircilerin hangi takımı destekleyeceği oldukça basittir; kendi ülkesini (eğer hala turnuvadaysa, turnuvadan elenene kadar). Bunun yanında turnuva sırasında takımlarının elenmesi bazı taraftarlar için dünya kupasının sonu olabilmektedir. Bu taraftarlar büyük bir hayal kırıklığıyla turnuvayı takip etmeyi bırakabilirler. Ancak böyle bir yaklaşım taraftarların büyük çoğunluğu için geçerli olmamaktadır. Kendi ülkesini gönülden bağlılıkla desteklemekte olan çoğu seyirci için bile kendi takımı elendiğinde bağlılığın başka bir takıma geçtiği görülmektedir. Böylelikle Dünya Kupasının en önemli olgusunun yalnızca milliyetçilik olmadığı anlaşılmaktadır. Bunun yanında milli maçlar topluları bir araya getirmektedir. Örneğin 2010 Dünya Kupasında İspanya halkı iç bölünmelerine rağmen İspanya finale yükseldikçe anlık da olsa gururlu İspanyollar olmuşlardır. Milli takım ülkenin birçok özerk bölgesinden oyuncular içermektedir ve bu ekip çalışması bir araya gelen ülkeyi mecazi olarak temsil etmektedir. Turnuvayı kazandığında İspanya halkı Cibeles Çeşmesi'nde toplanırken 'Yo soy Español, Español, Español!' (ben İspanyalıyım İspanyalıyım İspanyalıyım) tezahüratını tekrarlamışlardır. Normalde toplumsal bölünmelerin olduğu İspanya halkı arasında herkesin coşku dolu olduğu o mutlu anda İspanyadaki herkes İspanyalı olduğunu haykırmıştır. Bununla birlikte bu ulusal birlik anı her sözün gelip geçtiği gibi uzun sürmemiş ve sonrasında birçok Katalan takımın en iyi oyuncularınının Katalanlar olduğunu ileri sürmüşlerdir.

Hatta Katalanlar, Katalan oyuncular olmadan İspanya'nın kazanamayacağını, zaferin Katalonya bölgesine ait olduğunu savunmuşlardır. İspanya'daki bu bölünmüş ve değişken sadakat, turnuvaların bölgesel, etnik ve politik gerilimlerin ortadan kalmasına yardımcı olabileceğini gösterdiği gibi ortaya çıkmasına yardımcı olabileceğini de göstermiştir (Stanfill & Valdivia, 2017). Toplumsal ayrışmanın başka bir örneği olarak 2010 Dünya Kupasında İskoçya'da mağazalarda "Anyone but England" (İngiltere Dışında Herkes) yazılı taraftarların İngilterenin rakiplerini destekleyeceğini belirten t-shirtler satılmıştır (BBC News, 2010; Collins, 2010; Hassan, 2010; Kelly, 2010 aktaran Whigham, 2014). Ancak bu tür gerilimleri engellemek adına turnuvalarda çeşitli önlemler alınabilmektedir. Örneğin UEFA 2014 yılında Rusya ve Ukrayna arasındaki politik gerilimi göz önünde bulundurarak bu iki ülkenin takımlarını birbiriyle oynatmama kararı almıştır. Ayrıca FIFA her türlü ayrımcılığa dikkat çekmek adına "NO TO RACISM" kampanyasının zeminini 2001 yılında futbolda ırkçılık ve ayrımcılıkla ilgili röportajları yayınlamaya başlayarak oluşturmuştur. Yıllar içinde futbolcuların, ünlülerin ve birçok insanın desteğini alan FIFA kampanyayı 2006'nın Nisan ayında başlatmıştır. Kampanya turnuvalar boyunca reklam filmleriyle ve pankartlarla desteklenmiştir (FIFA, 2011).

Futbolun sosyal yönü, uluslararası homojenleşme ve heterojenleşme sağlamaktadır. Oyuncular, maçlardan sonra el sıkışmak, milli marşları saygıyla dinlemek ve antrenörlerin talimatlarına uymak gibi temel davranış standartlarına uygun kültüre ve adete sahiptir. Daha fazla kültürel çeşitliliği 'kabul edilebilir' saldırganlık seviyelerinde, meydan okumalar veya hilelere karşı tepkilerde ve oyunda hakemlerle olan ilişkilerde görmek mümkündür. Bu farklılıklar uluslararası durumlarda abartılı yorumlara neden olabilmektedir. Örneğin İngiltere takımlarında forma giyen Avrupalı göçmen oyuncular burada oynanan futbolun aşırı şiddetli ve saldırgan olduğunu belirtirken üçüncü kişilerce sahte sakatlıklar yaşadıkları, numara yaptıkları konusunda eleştirilebilirler. Bu nedenle futbolun, farklı toplumların kültürlerinin birbiriyle etkileşimini karşılaştırmak için mükemmel bir model oluşturduğu savunulmaktadır (Giulianotti & Robertson, 2007c).

Kültürlerin dışı vurumu olan tezahüratlar ve şarkılar futbolla dünyanın dört bir yanına yayılmıştır. Şampiyonlar Ligi Marşı'nın yanında çeşitli takım marşları da tüm dünyada bilinmektedir. Buna Liverpool - You'll Never Walk Alone ve West Ham United - I'm Forever Blowing Bubbles örnekleri verilebilir. Bazı şarkılar ise dinlendiğinde akla futbolu getirmektedir ve birçok turnuvada kullanıldığı gibi birçok takım tarafından da kullanılmaktadır. Örneğin Queen grubunun We Will Rock You şarkısıyla tribünler coşmakta, We Are The Champions şarkısıyla şampiyonluklar kutlanmaktadır. Dünya Kupası için özel olarak hazırlanan şarkılar farklı kültürlerin özelliklerini içererek tüm dünyanın bir araya geldiği turnuvayı kutlamak için hazırlanmaktadır. Shakira tarafından seslendirilmekte olan Waka Waka This Time For Africa parçası Afrika kültürüne ait özellikler içermektedir. Dario G. -Carnaval De Paris melodisinde farklı bölgelere ait tınılar barındırmaktadır. Pitbull ft. Jennifer Lopez & Claudia Leitte-We Are One (Ole Ola), La Copa De La Vida-Ricky Martin, Herbert Grönemeye-Celebrate the Day, K'naan-Waving Flag şarkıları tüm dünyayı bir araya getirmektedir.

Taraftarlar takımlarıyla dünyanın dört bir yanına seyahat ederek hem kendi kültürlerini yaymakta hem de bölgenin kültüründen etkilenmektedir. Sosyal medyanın da etkisiyle dünya çapında etkileşim hızla yoğunlaşmaktadır. Seyirciler artık takımlarını sosyal platformlarda da takip edebildikleri gibi diğer takımlar hakkında da kısa sürede bilgiye ulaşabilmektedir. Karşılaşacakları futbol takımının istatistiklerini ve takıma ait bilgilere kolayca elde ederek oyunlara hazırlıklı gitmektedir. Böylece futbol dünyayı etkisi altında tuttuğu sürece kültürden etkilenmeye ve kültürleri etkilemeye devam edecektir.

TARAFTAR, SEYİRCİ, FANATİK VE HOLİGAN KAVRAMLARI

Futbolun gelişimi ile birlikte bu spora dahil olan kişiler de değişmeye başlamıştır. İngiltere’de işçiler tarafından serbestçe oynanan futbol daha sonra okullar tarafından benimsenerek oynanmaya ve bu sırada belirli kurallar çerçevesi içine alınmaya başlamıştır. Soylular arasında da popülerleşmesi ile futbolun yayılımı devam etmiş, bir süre sonra zevk için oynanan bu oyun para ile alınıp satılan futbolcularla oynanmaya başlanmıştır. Oyunculara para verilmesi ilk önce tartışmalara yol açsa da bunu savunan kulüplerin bir araya gelmesi ile bu durum yasallık kazanmıştır. Böylece herkesin oynanan oyuna katılımcı olabileceği günlerin aksine artık belirli kişilerle oynanan profesyonel oyun diğerleri tarafından sadece izlenebilecektir. Bu durumda oyuncular artık futbolcu, izleyiciler seyirci, takımları destekleyenler taraftar olarak adlandırılmaya başlanmıştır. Bu kavramlar birbiriyle iç içe geçmiş durumdadır ve biri diğerinin yerine kullanılabilir. Ancak bazı durumlarda bu kavramlar birbirine ters anlamları da ifade edebilmektedir.

Taraftarlık, bir takımı destekleyen yandaşlar olarak tanımlanabileceği gibi seyircilik oynanan oyunu izleyerek keyif alan kişiler olarak tanımlanabilmektedir. Taraftar yerine takımı destekleyenler demek de mümkündür. Hatta bazı durumlarda taraftar yerine seyirci kavramı da kullanılabilir. Ancak bu kullanım oldukça yanlış bir kullanım olmaktadır. Çünkü taraftarlık aktif bir kelime iken seyircilik bu kelimenin yanında pasif kalmaktadır. Seyirci oyunu seyrederek yorumda bulunur, stres bile atabilir ancak taraftar takımı için görev alır, tribünü coşturur ve stres olur. Yorumda bulunmakla kalmaz takımın değişikliği için çaba harcar. Ters giden durumlar hakkında hesap sorar, yaptığı hatalar karşısında takımına hesap verir. Seyirci yalnızca sunulan gösteriyi takip eden iken, taraftar, taraf olan ve onun ötesinde kendi kolektif kimliğini oluşturandır. Sosyal ilişki ağları içerisinde yer alma durumu, taraftar olmanın olmazsa olmazıdır. ‘Taraf olmayı’ yalnızca bir spor takımının destekleyicisi olma anlamında kullanılmaktan ziyade, aktif olarak sosyal ilişki zemininde yer alanlar üzerinden kurmak daha etkili olacaktır. Taraftarlık bir anlamda, gösteri toplununun sunduğu pasif izleyici olma durumuna inat bir aktiflik çabasıdır. Bunu sadece futbola ilişkin veya doksan dakikalık bir duruş olarak almak da yetersiz kalabilmektedir. Burada mevzu olan konu, aslında sınırlı bir parçası da alınsa bir yaşam kurgusunun bilinçli veya bilinçsiz bir eleştirisini anlatır. Aslında ‘tribüncüler’ arasında yaygın olan bir ifade bu durumu çok güzel özetlemektedir: “Tribün hayata gider yapmaktır.” (Hatipoğlu ve Aydın, 2007 aktaran Aydın vd., 2008).

Fanatiklik taraftarlığın bir üst hali olup takıntılı ve kontrolsüz bir şekilde takıma bağlanmasıdır. Taraftarları organize eden kişiler daha çok fanatiklerden çıkmaktadır. Taraftarın liderleri olarak görülmeleri mümkündür. Holiganlık ise aşırı fanatizm sonucu çevresine, kendine hatta takımına zarar veren destekçiler olarak tanımlanabilmektedir. Holiganizm kelimesinin kökenine ait birkaç teori bulunmaktadır. Oxford İngilizce sözlüğüne göre 19. yüzyılın sonlarına doğru bir müzikhol şarkısında geçen hayali bir İrlandalı kabadayı ailesinin soyadı olan Hooligan aynı zamanda bir çizgi film karakteridir (Hooligan, 2017). Clarence Rooks ise 1899 tarihli Hooligan Nights adlı kitabında sözcüğün Londra'nın Southwark ilçesinde yaşayan İrlandalı kumarbaz ve hırsız Patrick Hoolihan (Hooligan)'nın bir polisi vurmasının ardından oluştuğunu iddia etmiştir. Başka bir yazar Earnest Weekley ise 1912 tarihli Romance of Worlds isimli kitabında orijinal holiganların soyisimleri O'Holohan olan Soutwarklı güçlü bir İrlandalı aile olduğunu belirtmiştir. Başka bir teori ise bu terimin Islington'da Hooley adlı bir sokak çetesinden geldiği, bir diğer teori ise anlamı vahşi, heyecanlı parti olan İrlandaca "houlie" kelimesinden gelmekte olduğudur (Meliala, 2015). Fanatiklik ve holiganlık kavramları da birbirleri yerine kullanılsa da aralarında benzerlikler kadar farklılıklar da bulunmaktadır. İki de sabit fikirli ve kapalı görüşlü olabilirler ancak holiganlık saldırgan davranışlara dönüşerek çevreye zarar verirken fanatiklik bir sevgi eylemidir. Bu kavramlar en çok spor alanında kullanılsa da hayatın her alanında bu kavramları içeren olaylarla karşılaşmak mümkündür. Ancak futbol taraftarının gündeme en çok duygusal açıdan yoğun hisler besleyen ve takımı ile takıntılı taraftar (filmler, reklamlar, akademik çalışmalar vb.) olarak gelmesi bu imajını desteklemektedir. Bu durum belki belli bir azınlık için doğru olabilir ancak birçok taraftar için futbol, yoğun duyguların ya da takıntılı ilginin anlık dışavurumunu sunmaktadır. Bir oyun sırasında bu anlar uzayabilir ama geri kalan sürede taraftarlar için futbol tüketimi (ve çoğu için oyunun kendisi) diğer alışılmış davranış ve eylemlerle, sıradanlıkla bütünleşmiştir. Farklı zamanlarda farklı insanlar için futbol benlik duygusunu güçlendirmeye, arkadaşlar, aile ve çalışma arkadaşlarıyla bağlantı kurmaya yardımcı olmaktadır. Futbol, benliğin farklı versiyonlarının canlanması için benliğin çeşitli versiyonlarının günlük hayatın sıradanlığı içinde boşluklar sağlayabilmektedir (Stone, 2017). Örneğin 1998 yılında Fransa'da gerçekleşen Dünya Kupası'nda çıkan olayları basın "holiganların" varlığının bir sonucu olarak nitelendirmiştir. Ancak İngiliz polisine göre bu karışıklık daha önce futbol kapsamında şiddet eylemleri yaptığı bilinmeyen bireyleri içermekteydi. Tam aksine, İskoç taraftarları, basın tarafından holiganların bulunmamasıyla açıklanan şiddet içermeyen güçlü bir duruş sergilemiştir. Karşı karşıya olduğumuz şey insanın gereksiz yere tekrar eden davranış şeklidir. Bireylerin şiddet içeren eylemlere katılmaları ya da katılmamaları, onların buna yatkınlıklarının bir sonucu olduğu anlaşılmıştır ancak bu yatkınlıkları şiddet olaylarıyla uğraşmak ya da bunlara çekimser kalmak için kullandıkları bilinmektedir (Stott, Hutchison & Drury, 2001).

Belirtildiği gibi futbolun endüstriyelleşmesi süreci futbol oyununun peşinden koşan kitlelerin yeniden düzenlenmesini de beraberinde getirmiştir. Futbol, içinde bulunduğumuz dönemin etkili iktidar nesnelere bir tanesine dönüşmüştür ve bu yüzden de futboldan söz ettiğimiz her an, aynı zamanda ekonomiden-siyasetten-kimlikten-şiddetten-toplumsal yaşamdaki bir takım değişimlerden ve sıkıntılardan da söz edilmektedir. Bir oyun olmanın ötesinde futbol,

toplumsal yaşam içerisinde bir 'minyatür' model olarak işlev görmektedir. İşte bu yüzden futbolun 'endüstriyel futbol' olarak adlandırılması sonrasında oynanan oyunun artık futbol olmadığına net bir biçimde dile getirilmesi büyük önem arz etmektedir. Futbol, günümüzde sadece var olan statükonun korunmasına katkı sağlamamakta fakat aynı zamanda yeni dönemin ekonomik değerlerinin geniş kitlelere ulaştırılması ve benimsetilmesinde de etkili bir ajan konumunda bulunmaktadır. Yeni futbol anlayışı ve düzenine getirilecek olan eleştiriler bir anlamda var olan ekonomik düzen ve politikalara getirilecek eleştiriler olarak da okunabilir, futbol üzerinden meşrulaştırılan değerlerle, sanayi-ekonomi üzerinden meşrulaştırılan değerlerin paralel olduğunu görülmektedir (Talimciler, 2008). Artık taraftarlıktan istenen tuttuğu kulüp için daha fazla para verebilecek, müşteri tipinde seyirciliktir. 1900'lerde tribünlere sürülen kalabalığın oyunda yer alabilmesi başka türlü bir varlık geliştirmesine bağlıdır, oyunda yeniden özne olabilmek başka bir kimlikle oyuna dahil olabilmeyi gerektirmiştir. Futbol oyununda yeniden özne olabilmenin çabası da belki bir açıdan taraftarlığı anlatmaktadır. Taraftar kavramı beraberinde kolektiviteyi getirmektedir. Bu kolektivite, yalnızca maç günleri aynı stadi doldurmak, aynı maçı izlemek gibi pasif bir durum değildir. Taraftarlık bunlara ek olarak ilişki ağları içinde olmayı gerektirmektedir. İlişki ağı, ortak hafıza, ortak dil, ortak tutum alış, diğer taraftarlarla oluşturulan kamusal alandır. İlişki ağlarına dahil olma gerekliliği, artık ortak futbol kulübünü tutanların birlikteliğini aşarak, kendi özgün varlığının oluşması demektir. İlişki ağlarının oluşmasını sağlayan çatı, futbol kulübüne olan aidiyettir ama salt takım tutmayı aşan başka bir ortak kültür de oluşacaktır. Düzenli futbol takipçisi olmak da taraftar olmak için yeterli değildir. İçinde şenliğin, hüznün, dayanışmanın beraberce yaşandığı bir sosyallik ve sahada olanlar dışında bir kolektif hafıza taraftarlığın en önemli koşullarından birisidir. Endüstriyel futbol piyasası tarafından yaratılmaya çalışan futbol kültürü ise, yalnızlığı, bireyselleşmiş hayranlığı ve tüketimi özendirir. Televizyon futbolu, statlardaki kolektivite potansiyelinin yerine evde tek başına yaşanacak sevinç veya üzüntüyü pazarlamaktadır. Oyunu doğrudan etkileme ihtimalini ortadan kaldırmaktadır. Kulüp ürünlerinin ya da futbolcu formalarının tüketimine indirgenen sevgi ise çoktan karın parçası haline gelmiştir (Aydın et al. 2008).

Endüstriyel futbolun temel genel geçer özelliklerine dikkat ettiğimizde, endüstriyelleşme süreci;

1. Seyirci profilinin,
2. Gelir kaynaklarının yapısının,
3. Taraftarın davranış kalıplarının, değişmesi sürecidir.

Bu süreç içinde 70'li ve 80'li yılların ortalama seyirci profilinin yerini artık, yıllık gelirinin belirli bir kısmını taraftar tüketici olarak, bağlılık körlüğü temelinde kulübüne harcayan, gelir düzeyi daha yüksek, konforlu localarında maç izleyen yıllık ciddi tutarda harcamayla kombine kart alan, orta ve üst gelir grubu seyirci almıştır. Bu bağlamda, seyirci müşteriye dönüşürken; kulübün arz ettiği her türlü mal ve/veya hizmete yönelik talepte de, karakteristik bir değişiklik yaşanılarak, klasik tüketici profilinin yerini taraftar tüketici almıştır (Akşar & Kutlu, 2008 aktaran Tepeköylü, 2016).

Seyirciler belli bir taraftar modeli altında toplanılmaya çalışılsa da taraftarlar her zaman sevgilerini kendi tarzlarında göstermenin bir yolunu bulacaklardır. Dünya çapında tüm takımların kendilerine ait taraftar grupları sevgilerini göstermek adına ellerinden gelenin en iyisini yapmak için çalışmaya devam edecektir. Taraftarlar yaptıkları koreografilerle maçlardan önce ya da maç sırasında takımlarına desteklerini göstermektedir. 2017-2018 Şampiyonlar Ligine tarihinde ilk kez katılan Azerbaycan takımı Karabağ taraftarlarının şeffaf dosya içinde yaptığı koreografide ya da Borussia Dortmund taraftarının siyah ve sarı yağmurluk giyerek 90 dakikalık bir koreografiye imza atmasında aynı sevginin izlerini görmek mümkündür.

FIFA taraftarların futbol için en önemli öge olduğunu vurgulayan bir eyleme imza atarak geleneksel olarak düzenlediği yılın en iyileri ödülleri 2016 yılında “En İyi Taraftar Ödülü” kategorisini eklemiştir. Taraftarlar kendi kültürlerini yaratmakla kalmamış tribünlere yansıttıkları bu kültürleriyle ödül almaya başlamışlardır. Sevdikleri takıma destekleriyle tüm dünyada tanınan taraftar gruplarına örnek vererek bu kültüre ışık tutabiliriz. Liverpool taraftar grubu Tke Kop adını bulunduğu tribünden almaktadır. Genellikle liman işçilerinden oluşan en fanatik taraftarın bulunduğu tribündür. Green Street Hooligans filmi ile beyazperdeye taşınan West Ham United taraftar kültürünün beşiği olarak da adlandırılmaktadır. Yaşama sebepleri West Ham’a duydukları nefret olarak tanımlanabilecek Millwall taraftarı ise Londra diğer takımlarını sevmedikleri gibi onlar tarafından da sevilmemektedir. Hammarby IF ise tribünlerin vikingleri olarak bilinmektedir. Borussia Dortmund takımının taraftar grubu olan The Unity ise maçlarda yaptıkları koreografiler, şovlar ve ses getiren tezahüratları ile dünya genelinde kendine hayran kitlesi oluşturmuştur. Partizan takımının Grobari taraftar grubu ise Sırbistan’ın en ateşli taraftar grubundan biridir. İç savaş döneminde Kızılyıldız tribününe attıkları roketatar aşırı duygulara sahip bir tribün olduklarını göstermektedir. Sırbistan’ın bir diğer takımı olan Kızılyıldız’ın taraftar grubu Deljie ile kurulduklarından bu yana iki düşman grupturlar. Görüldüğü gibi taraftarlar takımlarıyla birlikte oluşturdukları kültüre oldukça bağlı olarak yaşamaktadır. Bu nedenle sevinçleri de hüzneleri de yoğun olarak hissetmektedirler. 1950 yılında oynanan Dünya Kupası yaşanan yoğun duygulara en güzel örnektir. Brezilyada gerçekleşen Dünya Kupasını beklenmedik bir şekilde Brezilya’yı yenen Uruguay’ın kazanması üzerine Uruguay’da 3 taraftarın, Brezilyada ise maçı radyodan dinleyen 58 yaşındaki bir taraftarın heyecandan kalp krizi geçirdiği rivayet edilmiştir. Bu yenilgi Brezilya tarihine Maracana trajedisi olarak geçmiştir. Uğursuz ilan edilen kaleci Barbosa’dan sonra 50 yıl boyunca bu göreve siyahi oyuncu getirilmemiştir. Barbosa bu finalden sonra ölünceye kadar zor bir hayat geçirmiştir.

Taraftarların duygularının yoğunluğu hangi ülke, hangi takım, hangi lig, hangi seviye olursa olsun değişmemektedir. Taraftarların takımlarına gönülden bağlılıkları her durumda ortaya çıkmaktadır. Her bölgenin kendi kültürü olduğu gibi her taraftar grubunun da kendi kültürü bulunmaktadır. Bu nedenle taraftarların oluşturdukları kültürel yapılar her zaman araştırmalara konu olmaya devam edecektir.

İSKOÇYA VE TÜRKİYE ÜZERİNE

Türkiye’de futbol dünyanın geri kalanında olduğu gibi en popüler spor konumundadır. Önde gelen takımlar olan Beşiktaş’ta Çarşı, Galatasaray’da Ultraslan, Fenerbahçe’de Genç Fenerbahçeliler, Trabzonspor’da Vira adlı taraftar grupları mevcuttur. Futbol ve taraftarlık Türkiye’de en önemli sosyal kimlik olgusu haline gelmiştir. Türkiye’de şehirler arası futbol müsabakaları ilk kez 19. yüzyılın sonunda İzmir ve İstanbul’un gayrimüslim gençlerinden oluşan karma takımlar arasında oynanan maçlarla gerçekleşmiştir. İzmir’de 1880’li yıllarda İngiliz aileler arasında futbol bir eğlence unsuru haline gelmişken, İstanbul’daki İngilizleri futbol ve rugby oynamaya İzmir’den bu şehre giden, James La Fontaine alıştıran, İstanbul’daki İngiliz tebaasından Henry Pears da İstanbul’da futbolun yayılıp gelişmesine öncülük etmiştir. İzmir ve İstanbul’da bulunan İngiliz aileleri 1897 yılından itibaren her sene bir şehirde yapılmak üzere beş yıl boyunca futbol ve rugby maçları düzenlemişlerdir. İzmir ve İstanbul’daki İngiliz ailelerin birbirlerini ziyaretleri esnasında gerçekleşen futbol ve rugby müsabakalarının ilki 1897 yılında İstanbul’da yapılmış ve futbol maçını 2-1 İzmir karması kazanmıştır (Güneş, 2005 aktaran Tepeköylü, 2016).

Türkiye’de futbol federasyonu 1 Ocak 1923 tarihinde kurulmuş olsa da profesyonel ligin başlangıcı 1959 yılında gerçekleşmiştir. Birçok köklü futbol takımının da 1960-1970 tarihleri arasında kurulduğu görülmektedir. Ancak Türkiye’nin en köklü spor kulübü olarak 1903 tarihli Beşiktaş görülmektedir. Beşiktaş’ı 1905 tarihiyle Galatasaray ve 1907 tarihiyle Fenerbahçe takip etmektedir. Türkiye’de en çekişmeli rekabet de bu takımlar arasında gerçekleşmektedir. Taraftarların arasında süregelen anlaşmazlıkların en yoğunu Fenerbahçe ve Galatasaray arasında gerçekleşse de bu durum “ezeli rekabet ebedi dostluk” adı altında yürütülmeye çalışılmaktadır. Galatasaray taraftarı son dönemlerde yaptığı koreografilerle gündeme gelse de Beşiktaş taraftarının da tezahüratları ve tribün şarkılarıyla yaratıcılığı bilinmektedir. Futbolda şiddeti onaylamayan Beşiktaş da 2017 yılında sloganını “Efendi” olarak açıklamıştır. Ancak çoğu zaman ne yazık ki futbolda şiddet Türkiye’de gündeme gelmeye devam etmektedir.

İskoçya’da tarihinde yeri oldukça eskiye dayanan futbol yalnızca bir oyun olmaktan çok her yüzyılda sosyal yaşamın bir parçası olmuştur. 18. yüzyılda bekar kadınların ve evli kadınların birbirine karşı oynadığı karşılaşmaları izleyen bekar erkekler kendilerine buradan gelin seçtiği söylenmektedir. Futbolun erken tarihlerinde ise vahşi doğası nedeniyle kilise ve yerel işletmeler tarafından karşı çıkılsa da futbol yaygın bir eğlence biçimi olarak oynanmaya devam edilmiştir. Huzuru bozduğu nedeniyle din ve yerel işletmelerin karşı çıkmasının yanında İskoç hükümeti tarafından da onaylanmamıştır. Ancak futbola ilgi 18. Yüzyıl boyunca devam etmiş ve profesyonel İskoç futbolunun gelişimiyle fanatizm de ortaya çıkmaya başlamıştır. Ancak ligin kurulma aşamasında futbolun amatör olarak mı yoksa profesyonel olarak mı oynanacağı tartışmalara yol açmıştır. Celtic, Rangers ve diğer kurucu üyeler büyümeyi desteklemek adına profesyonelleşmeyi savunurken buna karşı çıkan kulüpler de olmuştur. Ancak ekonomik kazanımlar elde edilmesini sağlayan profesyonelleşme fikri öne çıkmıştır.

16. yüzyılda başlayan Protestan reformu İskoçya ideolojisinde de büyük bir etkiye sahip olmuştur. Bu durum farklı mezheplere sahip futbol takımlarının da oluşmasına neden olmuştur. İskoçya Glasgow'da bulunan Celtic ve Rangers ayrıca Edinburgh'ta bulunan Hearts ve Hibernian bu duruma örnek gösterilebilir. Celtic ve Rangers birlikte "Old Firm" olarak anılmaktadır ve İskoçya'nın en başarılı futbol kulüpleridir. Glasgow'da bulunan bu iki takımın taraftarları arasında mezhepsel rekabetin uzun bir geçmişi bulunmaktadır. Rangers Protestan ve geleneklere sadık olan taraftarın yanında Kuzey İrlanda'dalı büyük bir taraftar kitlesine sahiptir. Kulüp 1980lerin sonuna kadar Katolik oyuncu almayı reddetmiştir. Celtic ise İrlandalı Katolik geleneklere sahiptir ve İrlandanın genelinden büyük bir destek almaktadır (Giulianotti & Robertson, 2007b). Ayrıca bu takımlar arasındaki rekabetin kâr elde etmek için kulüp sahipleri tarafından canlı tutulduğunu iddia eden maddi bir yön de bulunmaktadır. Son yıllarda ise Glasgow'da bulunan bu mezhep ayrımcılığı giderek azalmaktadır. İki takım da farklı altyapıya sahip oyuncularla anlaşabilmektedir ve artık mezhep konusu oyuncular arasında önemli bir ayırım noktası olmaktan çıkmıştır (yine de taraftarlar arasında bu ayrımcılık devam etmektedir). Bu rekabete hala mezhepsel bir unsur bulunmatadır, ancak son yıllarda etnik milliyetçi ayrımlar azalış göstermiştir (Duerr, 2017).

BULGULAR

Araştırma kapsamında kültürün taraftar özellikleri üzerine etkisini gözlemlemek adına Türkiye ve İskoçya'da taraftarlara anket gerçekleştirilmiştir. Ankete Türkiye'den 14 ve İskoçya'dan 14 olmak üzere toplam 28 kişi katılmıştır. Türkiye'den katılanların yaş ortalaması 24 olmakla birlikte 21 ile 30 yaşları arasından oluşmaktadır. İskoçya'dan katılanların yaş ortalaması 27 olmakla birlikte katılanların yaş aralığı 23 ile 33 arasında değişmektedir. Türkiye'den katılımcıların hepsi Ankara'da yaşamakta İskoçya'dan katılımcıların hepsi Edinburg'ta yaşamaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların destekledikleri futbol takımlarına göre dağılımları

Türkiye		İskoçya	
Takımlar	Katılımcı Sayısı	Takımlar	Katılımcı Sayısı
Fenerbahçe	4	Celtic	6
Beşiktaş	4	Rangers	5
Galatasaray	3	Aberdeen	1
Trabzon Spor	3	Hearts	1
		Motherwell	1

Katılımcılardan 6 kişi Celtic, 5 kişi Rangers, 4 kişi Fenerbahçe, 4 kişi Beşiktaş, 3 kişi Galatasaray, 3 kişi Trabzon Spor, 1 kişi Aberdeen, 1 kişi Hearts, 1 kişi Motherwell takımını desteklemektedir.

Tablo 2. Katılımcıların destekledikleri futbol takımını destekleme nedenleri

Neden Takımlar	Aile Geleneği	Memleket Takımı	Karakterini Yansıtıyor	Rengini Seviyor
Rangers	6	-	-	-
Celtic	3	-	3	-
Fenerbahçe	4	-	-	-
Beşiktaş	-	-	4	-
Galatasaray	3	-	-	-
Trabzon Spor	-	3	-	-
Aberdeen	-	1	-	-
Hearts	-	-	-	1
Motherwell	-	-	-	-
Toplam	16	4	7	1

Futbol takımlarını destekleme nedenleri incelendiğinde birinci sırada aile geleneği olarak görülmesinin etkisi olduğu görülmüştür. İkinci sırada ise taraftarların karakterlerini yansıtan takımları desteklemek için seçtikleri, üçüncü sırada memleketlerinin takımlarını destekledikleri son olarak da takımın renklerinin etkili görülmüştür.

Destekleri takımı seçmelerinde etkili olan kişiler sorulduğunda; Türk katılımcılarda takım seçiminde en önemli etken aile iskoç katılımcılarda ise arkadaş grubu ve ailenin aynı derecede etkili olduğu görülmüştür.

Tablo 3. Katılımcıların kendi özellikleri ile destekledikleri takımın özelliklerinin uyumunun incelenmesi

Takımlar	Katılımcının Özellikleri ile Takımın Özelliklerinin Uyumu
Rangers	Katılımcıların tümü takımın aile geleneklerini ve aile özelliklerini temsil ettiğini düşünüyor
Celtic	Katılımcıların tümü kendi özelliklerinin ve takımın özelliklerinin uyumlu olduğunu düşünüyor
Fenerbahçe	Katılımcılar özelliklerin uyumadığını veya takımın belli bir karakteri olmadığını düşünüyor
Beşiktaş	Katılımcıların tümü kendi özelliklerinin ve takımın özelliklerinin uyumlu olduğunu düşünüyor
Galatasaray	Katılımcıların tümü kendi özelliklerinin ve takımın özelliklerinin çoğunlukla uyumlu olduğunu düşünüyor
Trabzon Spor	Katılımcıların tümü kendi özelliklerinin ve takımın özelliklerinin çoğunlukla uyumlu olduğunu düşünüyor
Aberdeen	Katılımcı kendi özelliklerinin ve takımın özelliklerinin uyumlu olmadığını düşünüyor
Hearts	Katılımcı kendi özelliklerinin ve takımın özelliklerinin uyumlu olmadığını düşünüyor

Motherwell	Katılımcı kendi özelliklerinin ve takımın özelliklerinin uyumlu olduğunu düşünüyor
------------	--

Katılımcılara kendi özellikleri ile destekledikleri takımın özelliklerinin uyumu sorulduğunda Rangers takımının taraftarı takımın aile geleneklerini ve ailesine ait özellikleri temsil ettiğini belirtmiştir. Celtic, Beşiktaş takımının taraftarları ise takımın kendi özellikleri ile uyumlu olduğunu belirtmiştir. Fenerbahçe takımının taraftarı ise takımın belli bir karakteristik özelliği olmadığını ve bunun sonucunda özelliklerinin uyuşmadığını belirtmiştir. Galatasaray ve Trabzon Spor taraftarları ise takımlarının özellikleri ile kendi özelliklerinin çoğunlukla uyumunu belirtmiştir. Bununla birlikte Aberdeen, Hearts ve Motherwell takımlarının taraftarları takımlarının özellikleri ile kendi özelliklerinin uyumlu olmadığını belirtmişlerdir.

Maçları ne sıklıkla takip ettikleri sorulduğunda Türkiyeden katılımcılar çoğunlukla her hafta maçları kaçırmadan takip ettiklerini belirtirken yılda en fazla 2 maçı stattan takip ettiklerini belirtmiştir. İskoçyadan katılımcılardan ise Rangers ve Celtic katılımcıları birbirlerine karşı olan maçları mümkün olduğunca stattan takip ettiklerini diğer takımlarla olan maçları ise izlemediklerini belirtmiştir. Motherwell, Hearts ve Aberdeen taraftarı ise maçları televizyondan takip ettiklerini son 2 yılda hiç maça gitmediklerini belirtmiştir.

Maçları takip etmeme nedenleri sorulduğunda Türkiyeden katılımcılar buldukları şehirde çok fazla maç oynanmadığı, maçlar sırasında çıkan şiddet olaylarını sevmedikleri, bilet fiyatlarının yüksek olduğu ve iş yoğunlukları nedeniyle maçları statlarda izlemediklerini, İskoçyadan katılımcılar derbiler dışında oynanan maçların zevkli olmadığını düşündükleri için diğer maçları takip etmediklerini belirtmiştir.

Takımlarına ait ürünleri alıp almadıkları sorulduğunda Fenerbahçe, Beşiktaş ve Galatasaray taraftarları kulübün mağazasından alışveriş yaptığını belirtirken Trabzon Spor taraftarları çoğunluğunun yapmadığını belirtmiştir. Celtic taraftarı olabildiğince ürün aldıklarını, Rangers taraftarı özellikle maç günlerinde mutlaka alışveriş yaptığını, Motherwell, Aberdeen ve Hearts taraftarı arkadaşlarına hediye almak için tercih ettiklerini belirtmiştir. Katılımcıların mağazalardan alışveriş sıklıkları incelendiğinde ise Fenerbahçe ve Galatasaray taraftarının yılda 4-5 kere, Beşiktaş taraftarının yılda en çok 3 kere, Celtic taraftarının ayda 1 kere, Rangers taraftarının yılda 4-5 kere, Motherwell, Aberdeen ve Hearts taraftarının ise yılda en çok 2 defa alışveriş yaptığı görülmüştür.

Destekledikleri takımın hangi takımla olan maçlarında en heyecanlı hissettikleri sorulduğunda İstanbul takımlarının taraftarları (Fenerbahçe, Beşiktaş, Galatasaray) derbilerin en önemli maçlar olarak görüldüğünü belirtmiştir. Ancak hem İstanbul takımları hem de Trabzon Spor taraftarları Fenerbahçe maçlarının önemli olarak görüldüğü belirtilmiştir. İskoçyadan ise Celtic taraftarları en önemli maç olarak Rangers, Rangers taraftarları en önemli maç olarak Celtic ile olan karşılaşmaları belirtmiştir. Bu iki takımın taraftarları ayrıca birbiri dışında oynanan maçları maçtan saymadıklarını da eklemişlerdir.

Takımlarının ezeli rakip olarak görülen takımla mı yoksa başka ülkelere ait takımlarla mı karşılaşmasının daha heyecan verici olduğu sorulduğunda Fenerbahçeli taraftarların yarısı ezeli rakip olarak görülen Galatasaray ile karşılaşmasının diğer yarısı ise Avrupa takımlarıyla karşılaşmasının daha heyecan verici olduğunu belirtmiştir. Beşiktaş ve Trabzon Spor taraftarları Avrupa takımlarını daha heyecan verici bulurken, Galatasaray taraftarının çoğunluğu Avrupa maçlarını bir kısmı ise Fenerbahçe maçlarının daha heyecan verici olduğunu belirtmiştir. Celtic ve Rangers taraftarları birbiriyle yapılan maçları heyecanlı bulduğunu belirtmiştir. Motherwell, Aberdeen ve Hearts takımları başka ülke takımları ile maç yapma olanağı bulamadıkları için ülke içinde yapılan karşılaşmaları daha heyecanlı bulduklarını belirtmiştir.

Takımlarının farklı kültürel değerlere sahip takımlarla karşılaşmalarına dair düşünceleri sorulduğunda Türk taraftarların kültür farkını önemsemediğini ancak Güney Kıbrıs ve Ermeni takımlarla olan maçlarda takımlarını daha çok sahiplendiğini bu maçlara sıcak bakmadıkları görülmüştür. İskoçyada Celtic ve Rangers taraftarının birbirlerini zaten farklı kültürlere ait gördüklerinden birbiriyle olan karşılaşmalarında oldukça ateşli oldukları ve rakip kimle karşılaşsın karşılaşsın rakiplerine karşı diğer takımı destekledikleri görülmüştür. Motherwell, Aberdeen ve Hearts taraftarları ise kültürel farklılığın karşılaşmalarda önemli olmadığını belirtmiştir.

Tablo 4. Katılımcıların takımların sevdiği ve sevmediği özelliklerinin incelenmesi

Takımlar	Sevilen Özellikler	Sevilmeyen Özellikler
Fenerbahçe	+ Amatör branşlara da ağırlık vermesi +Karşılaşmalar sırasında statta yaratılan atmosfer + Türkiye'nin en büyük takımı	- Yönetim şekli - Son yıllardaki futbol tarzı
Galatasaray	+ Kulübün tarihi + Takımın başarılı olması	- Çoğu taraftarın maçlardaki tutumu (lise zihniyeti)
Beşiktaş	+ Halkın takımı + Taraftar grubu (Çarşı) + Kendi halindeki imajı	-
Trabzon Spor	-	- Amacını yitirmesi ve "İstanbullaşması" - Yönetim şekli
Rangers	+ Taraftarların takıma olan bağlılığı + İskoçya'nın en büyüğü	- Küme düşme süreci
Celtic	+ Yaşam Tarzı + Asiliği	-
Motherwell- Aberdeen - Hearts	+ Takımların renkleri	- Takımların başarılı olmaması

Desteledikleri takımın sosyal ve siyasal konulara yaklaşımları hakkındaki düşünceleri sorulduğunda Fenerbahçeli taraftarlar bu konularla ilgilenilmesini doğru bulduklarını

belirtmişlerdir. Galatasaray, Beşiktaş ve Trabzon Spor taraftarlarının ise bir kısmı takımlarının bu konular hakkında yorum yapmaması gerektiğini düşünürken bir kısmı takımlarını bu konuda desteklediğini belirtmiştir. Celtic (Katolik) ve Rangers (Protestan) taraftarları ise din odaklı politikaları ya da kışkırtmaları doğru bulmadığını belirtmiştir. Motherwell, Aberdeen ve Hearts taraftarları ise takımlarının medyada daha etkili olmasını istediklerini belirtmişlerdir.

Destekledikleri takımın futbolcularının özel hayatları ve bu futbolcuların destekledikleri değerler hakkındaki düşünceler sorulduğunda İskoçyadan katılımcılar bunların önemli olmadığını futbolcuların maçlarda sergilediği performans iyi olduğu sürece özel hayatlarında istedikleri gibi yaşayabileceklerini belirtmişlerdir. Türkiyede ise Fenerbahçe taraftarları futbolcuların özel hayatlarının ve destekledikleri değerlerin de önemli olduğunu, Beşiktaş ve Galatasaray taraftarlarının çoğunluğu bunun önemli olduğunu, Trabzon Spor taraftarları ise bunun öneminin olmadığını belirtmiştir.

Katılımcılara holiganlığa ve kavgalara karşı tutumları sorulduğunda Fenerbahçe, Galatasaray, Trabzon Spor, Motherwell, Aberdeen, Hearts taraftarları holiganlığı ve aşırı fanatikliği tasvip etmediklerini belirtirken Beşiktaş, Celtic ve Rangers taraftarları gerektiğinde bazı olayların çıkabileceğini belirtmiştir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Kişilerin içinde büyüdüğü ve yaşadığı kültür düşünce tarzlarını etkilemektedir. Bulgularda görüldüğü üzere takımların desteklenmesinin en büyük nedeni bunun aile geleneği olarak görülmesidir. Ayrıca arkadaş çevresinin de desteklenecek futbol takımının seçilmesinde büyük etken olduğu görülmektedir. Kişilerin kendi karakterlerini yansıttığını düşündüğü takımlara da yönelmektedir. Kişilerin karakterleri de yetiştikleri kültürden etkilendiğine göre kişilerin destekleyecekleri futbol takımının seçiminde kültürün etkili olduğu görülmektedir. İskoçya'da bunun daha belirgin olarak hissedilmesinin nedeni ise Celtic ve Rangers takımlarının farklı dini inançlarının olmasıdır. Bu nedenle bu iki grup birbirini tamamen farklı kültüre ait olarak görmekte ve karşılaşmalar daha heyecanlı geçmektedir. Çünkü maçların sonucunda kim kazanırsa o kültürün kazandığı düşünülmektedir. Türkiye'de ise önde gelen takımların çoğunun aynı şehrin takımları olmasına karşın taraftar gruplarının farklı kültürel değerleri temsil ettiği görülmektedir. Örneğin Beşiktaş halkın takımı olarak görülürken, Galatasaray ateşli taraftarıyla öne çıkmakta, Fenerbahçe'nin ise daha elit olduğu düşünülmektedir. Trabzon Spor ise memleket takımı olarak öne çıkmaktadır. Görüldüğü gibi takımların aynı ülkeden hatta aynı şehirden çıkmasına, ülkesel ya da şehirselleşmiş olarak aynı kültürel değerlerle yatışmasına karşılık taraftar gruplarının sahip olduğu değerler değişiklik gösterebilmektedir. Bu nedenle maçlarda yalnızca futbol takımları değil kültürler de karşılaşmaktadır.

Takımların sahip olduğu kültürel yapı ne kadar farklı ise karşılaşmalar o kadar heyecanlı geçmektedir. İskoçya'dan taraftarlar bu durumu Rangers ve Celtic dışındaki maçları maçtan saymadıkları sözleriyle belirtmişlerdir. Ayrıca bu iki takımın taraftarları birbirlerini farklı

kültürlere ait gördüğü için rakipleri başka ülkeye ya da başka kültüre sahip takımlarla bile maç yaptığında rakibin karşında bulunan takımı desteklemektedir. Genel olarak aynı ülkeye hatta şehire ait bu iki takım için kategori 2 olarak belirtilen etnik milliyetçilik duygusuyla farklı ülke takımlarına karşı birbirlerini desteklemek yerine kategori 3 olarak belirtilen mezhep farkının ön plana çıktığı görülmektedir. Bunun yanında aynı ülkenin diğer takımları olan Motherwell, Aberdeen ve Hearts taraftarları kültürel farklılığın önemli olmadığını belirtmişlerdir. Türkiye’de ise taraftarların Güney Kıbrıs ve Yunan takımlarına karşılık kategori 2 olarak belirtilen etnik milliyetçilik duygusuyla birleştiği görülmektedir. Bu farklılık, Türkiye’den taraftarların çoğunluğu Avrupa maçlarını daha heyecanlı olarak belirtirken İskoçya’dan Rangers ve Celtic taraftarlarının birbirlerine karşı olan maçları daha heyecanlı olarak belirtmelerinden de anlaşılmaktadır.

Çalışmada ele alınan Türkiye ve İskoçya’da futbol ülke genelinde önemli yer tutmaktadır. En çok önemsenen spor karşılaşmaları futbol maçları olarak öne çıkmaktadır. Bu nedenle televizyonda, radyoda, gazetelerde, sosyal medyada bu kadar popüler olan futbol konusu hakkında halkın büyük çoğunluğunun bilgisi olması kaçınılmaz olmaktadır. Futbol kültürü ile yetişen bu iki toplumun halkları da ateşli taraftarlara dönüşmektedir. Ülkelerin gündeminde geniş yer tutan futbol takımlarının sosyal ve siyasi konulardaki görüşlerini belirtmesi ise taraftarlar açısından farklı yorumlanmaktadır. Taraftarların bir kısmı takımlarının bu konularda daha etkin olmasını isterken bir kısmı takımlarının sadece futbola yoğunlaşmasını istemektedir. Taraftarların genel görüşü ise takımlarının medyadaki rollünü etkin ve doğru şekilde kullanması olmaktadır. Örneğin; Rangers ve Celtic taraftarları takımların dini açıklamalar ile taraftarları proveke etmemeleri gerektiğini belirtmektedir.

Taraftarların maç izleme sıklıkları incelendiğinde iki ülke taraftarının da maçları çoğunlukla televizyondan takip ettiği görülmektedir. Aynı şekilde iki ülkede de takımlarının ürünlerini alma sıklığı benzerlik göstermektedir. Taraftarlar özellikle maç günlerinde ve özel günlerde takımlarının ürünlerini almaktadır. İki ülkenin takım futbolcularının hayatları hakkında da benzer düşüncelere sahip olduğu görülmektedir. Taraftarlar çoğunlukla futbolcunun maçtaki performansı iyi olduğu sürece özel hayatlarının kendileri için önemli olmadığını belirtmişlerdir. İki ülke içinde futbolcuların sahip olduğu kültürel değerler taraftarlar için önemli olmamaktadır. Ülkelerin futbolda şiddete ve holiganlığa karşı duruşları ise bu davranışların tasvip edilmediği yönündedir. Ancak bazı taraftarlar maçların heyecanı ile gerektiğinde bu gibi durumların oluşmasını normal görmektedir. Bu benzerliklerden görüldüğü üzere iki ülke farklı kültürel yapıya sahip olsa da taraftarların birçok davranışlarının benzerlik gösterdiği görülmektedir. Buradan ülkelerin sosyo-kültürel yapısı farklı olsa bile ülkeler arasında taraftarların benzer özellik gösterdiğini söyleyebiliriz.

Dünya üzerinde birçok kültürel yapı bulunmakta ve her yerin kendine özgü değerleri bulunmaktadır. Ama bu örneğimizde görüldüğü gibi farklılıklar arasında da ortak özelliklerin bulunması mümkündür. Teknolojinin gelişmesi ile iletişimin çok daha kolay sağlandığı günümüzde ise globalleşme sonucu kültürler sürekli birbiri ile etkileşim halindedir. Uzakların

yakına gelmesi ile fikirlerin dünyanın bir ucundan diğer ucuna yayılması artık sadece bölgesel olmayan kültürel grupların oluşmasına da neden olmuştur. Aynı düşüncelere sahip insanlar internet ortamında biraraya gelerek topluluklar oluşturmaktadır. Ulaşımın da günümüzde kolaylıkla sağlanması her kültürden insanın başka ülkelere giderek kendi kültürlerini yaymalarına ya da buldukları ülkenin kültürünü öğrenmelerine olanak sağlamıştır. İnsanlar farklı kültürlerle hoşgörü ile yaklaşmaya ve bir diğerinin hakaret kabul edebileceği davranışlardan kaçınmaya başlamıştır. Kültürlerin karşılaşmasının en net görüldüğü futbol maçlarında zaman zaman ateşli bir ortam oluşsa da gerektiğinde taraftarlar birbirlerine destek vermesini de bilmişlerdir. Bunun en güzel örneği olarak UEFA Avrupa Ligi çeyrek final maçında Liverpool ve Borussia Dortmund taraftarlarının “You’ll Never Walk Alone” adlı şarkıyı hep bir ağızdan söylemesi verilebilecektir. Hillsborough Faciası olarak adlandırılan olaydan sonra takımın marşı haline gelen bu şarkı olayın 27. yıldönümüne bir gün kala yapılan maçta iki takımın taraftarları karşılaşma başlamadan önce söyleyerek 2016 yılında FİFA Yılın En İyi Taraftarı ödülünü almıştır. Borussia Dortmund taraftarı karşılaşmadan önce Hillsborough Faciasında hayatını kaybedenler için yapılan anı duvarını da ziyaret etmişlerdir. Burada futbol iki farklı ülkenin takımının taraftarını bir araya getirmiştir. Sportmenliğin ön plana çıktığı futbol karşılaşmaları ile taraftarlar hoşgörüyle tüm dünyaya yaymaktadır. Turnuvalarda futbolda şiddet yerine bu güzel birliklerin daha çok görülmesi için çalışılmalıdır.

KAYNAKÇA

Aydın, M. B., Hatipoğlu, D., & Ceyhan, Ç. (2008). ‘To Be Supporter’ in The Industrial Football Age. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 26, 289-316.

Church of Maradona. (2014). Ekim 2017 tarihinde erişildi <https://iglesiamaradoniana.wordpress.com/>

Dabscheck, B. (2015). Football in Asia: History, culture and business / Soccer in Brazil / Soccer in the Middle East. *The International Journal of the History of Sport*, 32(9), 1205-1211.

Duerr, G. M.E. (2017) Civic integration or ethnic segregation? Models of ethnic and civic nationalism in club football/soccer. *Soccer & Society*, 18(2-3), 204-217. DOI: 10.1080/14660970.2016.1166767

Fifa. (2014) History of Football - The Origins. 26 Temmuz 2017 tarihinde erişildi <http://www.fifa.com/about-fifa/who-we-are/the-game/index.html>

Fifa. (2011) FIFA against racism: a decade of milestones. 20 Ekim 2017 tarihinde erişildi <http://www.fifa.com/sustainability/news/y=2011/m=3/news=fifa-against-racism-decade-milestones-1384919.html>

Giulianotti, R., & Robertson, R. (2007a). Sport and globalization: transnational dimensions. *Global Networks*, 7(2), 107–112. doi:10.1111/j.1471-0374.2007.00159.x

Giulianotti, R., & Robertson, R. (2007b). Forms of glocalization: globalization and the migration strategies of Scottish football fans in North America. *Sociology*, 41(1), 133-152. DOI: 10.1177/0038038507073044

Giulianotti, R., & Robertson, R. (2007c). Recovering the social: globalization, football and transnationalism. *Global Networks*, 7(2), 144–186. DOI: 10.1111/j.1471-0374.2007.00163.x

Hooligan. (2017). In Oxford Dictionaries. <https://en.oxforddictionaries.com/definition/hooligan>

Ikiz, M. (2010a). Futbolun Tarihsel Gelişimi. 10 Ekim 2017 tarihinde erişildi <http://futolekonomi.com/index.php/haberler-makaleler/genel/126-mete-ikiz/247-futbolun-tairhse-gelisimi.html>

Ikiz, M. (2010b). Bir Endüstri Olarak Futbol. 10 Ekim 2017 tarihinde erişildi <http://futolekonomi.com/index.php/haberler-makaleler/yonetim/121-mete-ikiz/363-bir-enduestri-olarak-futbol.html>

Kuper, S. (2006). *Futbol Asla Sadece Futbol Değildir*. İstanbul: İthaki

Ludwig, F. (2015). Football, culture and religion: varieties of interaction. *Studies in World Christianity*, 21(3), 201-222. DOI: 10.3366/swc.2015.0124

Meliala, A.C. (2015, June 26). What is Hooliganism? [Web log post]. https://www.kompasiana.com/amandameliala/what-is-hooliganism_54fff53aa33311946d50f843

Stanfill, M., Valdivia, A.N. (2017). (Dis)locating nations in the World Cup: football fandom and the global geopolitics of affect. *Social Identities*, 23(1), 104-119. DOI: 10.1080/13504630.2016.1157466

Stone, C. (2017). Football: spectacularly insignificant or unspectacularly significant?. *Soccer & Society*, 18:4, 445-461. DOI: 10.1080/14660970.2014.980738

Stott, C., Hutchison, P., & Drury J. (2001). 'Hooligans' abroad? Inter-group dynamics, social identity and participation in collective 'disorder' at the 1998 World Cup Finals. *British Journal of Social Psychology*, 40, 359–384.

Szerovay, M., Itkonen H. & Vehmas H. (2017). 'Glocal' processes in peripheral football countries: a figurational sociological comparison of Finland and Hungary. *Soccer & Society*, 18(4), 497-515. DOI: 10.1080/14660970.2015.1067785

Talimciler, A. (2008). Not football but business: industrial football. *İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi*, 26, 89-114.

Tepeköylü, I. (2016). Football in Turkey, the aspect of supporters and çarşı the fan group of beşiktaş. *International Refereed Online Journal of Social Sciences*, 56 , 380-390. <http://www.akademikbakis.org/?sayfa=dergiayrinti&no=1445&icerik=turkiyede-futbol-taraftar-olgusu-ve-besiktas-carsi-grubu&kategori=halk-bilimi>

Whigham, S. (2014). 'Anyone but England'? Exploring antiEnglish sentiment as part of Scottish national identity in sport. *International Review for the Sociology of Sport*, 49(2), 152-174. DOI: 10.1177/1012690212454359